ChinaXiv合作期刊

中国政法大学融合新闻工作坊：共话内容生产创新

【编者按】短视频、跨界运营、数据新闻是近年来媒体融合发展和新媒体领域的热词。最近，我们欣喜地发现业界和学界在开展不同层次的跨界交流与合作，新媒体产业的从业人员将业务分享和学术讨论深入地进行到新闻传播学教育的第一线，新闻传播专业的同学通过实践教学丰富课堂上学到的理论，类似本期介绍的“融合新闻工作坊”等以学带用、以用促学的作法在高校新闻传播专业的课堂上蔚然成风，这不仅在源头上使得传媒教育更加接地气，还为新媒体这个本来就年轻的产业输送了新鲜的思想和朝气蓬勃的理念。未来，《中国传媒科技》杂志社将持续关注此类活动，将他们的思想分享给传媒科技行业的同仁们。

中图分类号： G210　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）12-049-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.01.004

■文 / 王佳航　张婧琪　张希臣

chinaXiv:202310.02953v1

2016 年 11 月底至 12 月上旬，中国政法大学新闻传播学院硕士研究生课程“融合新闻工作坊”迎来了来自业界一线的三位嘉宾：今日头条视频运营总监刘通、时尚集团新媒体中心产品总监武扬、网易数读栏目负责人王蕾。三位嘉宾就 2016 年业界最为关心的内容生产创新趋势各抒已见，探讨了短视频及移动直播的未来发展趋势、数据新闻的实践及困惑、传统媒体集团如何在内容分发平台主导的时代进行媒体融合转型等问题，为中国政法大学新闻传播学的研究生们带来一次思想盛宴。

今日头条视频运营总监刘通：移动时代视频的发展趋势

新闻信息生产正在发生新的变化，视频已经成为内容创业的下一个风口，而直播将成为短视频之后下一个风口。

第一，视频生产与消费方式正在发生变化。目前今日头条每月上传视频 90 万条，月增长量 35%；每月视频消费量 300 亿次，每月播放时间达 9 亿小时，这一数字直逼图文消费量。

从新闻信息生产模式来看，视频正在成为事件报道时用户消费内容的重要一环。在以往，用户内容消费模式是图文为主，其次是短视频、直播。现在事件报道正在悄悄发生变化，因为移动直播更为快捷，在新闻事件发生之后，媒体新闻生产的顺序已经演变为：移动直播为第一现场报道，而后短视频呈现，然后是图文报道，最后是深度报道的顺序。以范冰冰在武汉校园离场事件为例，用户首先收看的是武汉晚报在活动现场的移动直播，而后是短视频报道，再后是图文及多事件的深度报道。

从视频生产方式来看，现在已经进入视频 3.0 时代。视频 1.0 时期，观众看电视需要在特定时间守在特定频道，用户只能被动接受，没有互动；视频 2.0 时期互联网的出现，传播的便利性、选择性得到提升，有一定的互动；视频 3.0 时期，生产者可以通过手机进行内容生产，用户可以进行碎片化选择，视频和直播的消费场景深入到生活的各个方面。视频 3.0 时代，内容生产较为轻松，但用户消费更为碎片化，视频分发只能采取社交分发和智能分发两种形式。

第二，短视频更有机会成为 IP。很多传统媒体正在向短视频转型。短视频的融资目前在千万级别，例如视频自媒体一条，已融资过亿。短视频领域已经生产出很多优质内容，是视频 1.0、视频 2.0 时代没有的语态，并且非常受欢迎，例如坤哥玩花卉，平均每条播放量 22 万，大约有 765 万人观看了猪笼草解剖；魔术师林剑伟，也获得了许多观众，目前有 100 多万人学会了街头纸牌魔术。

第三，视频直播想象空间很大。从国外移动直播实践来看，移动直播不等于电视直播，复制电视直播节目到移动直播是不成功的，应更多探索移动直播的特性。国内各媒体已经在做直播探索，如央视和今日头条在 2016 年多次联合，共同进行直播；腾讯联合新京报开展的移动直播也非常成功。但是，国内移动直播也到达新的转折点，就现状来说，映客、花椒等平台以 UGC（用户生产内容）为主，内容含金量低、同质化严重。目前直播行业尚不规范，现在的机遇是专业媒体的入驻加快行业规范化。今日头条致力于做直播的专业性内容平台。

时尚集团新媒体中心产品总监武扬：构建时尚集团强大线上话语权和影响力

作为一家拥有《时尚杂志》《时尚芭莎》……等很多引领时尚界期刊的传统媒体来说，2016 是时尚集团媒体融合转型的关键一年。

2016 年上半年时尚集团新媒体收入较 2015 年同期增长 2.2 倍，增幅 317%。如何做到？时尚集团新媒体的战略目标是重建与用户的连接。纸刊不可避免地在下滑，我们能做的是从其他渠道补救。

首先，连接眼球，媒体聚集用户的注意力，例如向客户

（下转第 54 页）